



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di zaman yang serba modern ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi banyak sekali mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan salah satunya adalah media sosial. Dilansir oleh situs liputan6 (2016,para.1) Media Sosial kini telah menjadi media yang paling besar pertumbuhannya dan juga media yang paling banyak diakses oleh orang Indonesia. Kelebihan media sosial dibanding media lainnya salah satunya adalah kepraktisannya. Setiap orang yang mengakses media sosial bisa saling terhubung dan juga berinteraksi dengan para pengguna lainnya, tak jarang antar para pengguna media sosial terjadi diskusi dan juga forum yang berisi para *netizen* yang saling beradu argumentasi

Salah satu media sosial yang paling diminati adalah twitter, twitter memungkinkan penggunanya agar dapat menulis status / aspirasi / pendapatnya sesuka hati dan dapat di komentari oleh para pengguna lainnya, hal ini dimanfaatkan pula oleh beberapa perusahaan besar agar dapat menjalin komunikasi yang erat antara konsumen dan perusahaan tersebut. Biasanya dalam akun twitter milik *brand* atau perusahaan akan berisikan tentang informasi dan juga konten-konten yang menarik yang dibuat oleh perusahaan tersebut agar menarik hati konsumen mereka dan juga calon konsumen potensial.

Akun media sosial perusahaan itu juga dapat dimanfaatkan untuk menjalin engagement antara konsumen dan juga perusahaan, sehingga perusahaan merasa tetap saling terhubung dan terkoneksi dengan tujuan hubungan baik yang tetap terjaga dan tidak terputus hanya sebatas konsumen membeli produk dari perusahaan. Selain itu dengan adanya *brand engagement* yang baik akan berdampak baik juga kepada kedua belah pihak. Salah satu keuntungan bagi pihak perusahaan yaitu membangun reputasi yang baik bagi perusahaan, dimana

perusahaan tersebut bisa dianggap perusahaan yang peduli dan memiliki hubungan yang sangat baik dengan para konsumen, sehingga terciptalah *image* dan juga reputasi yang baik untuk perusahaan. Di sisi lain untuk konsumen, para konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi yang cukup mudah kepada perusahaan terkait informasi yang dibutuhkan.

Menurut Harden dan Heyman (2009, h.8) studi yang dilakukan baru-baru ini membuktikan bahwa sosial media dan *website* tidak hanya mengangkat penjualan secara *online* saja, tetapi juga mengangkat penjualan *offline* beberapa kali lipat. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial dan *website* tidak hanya menguntungkan dari segi ekonomi tetapi juga menguntungkan dari segi *engagement* terhadap para konsumen. Berdasarkan fakta tersebut, kebutuhan akan sosial media makin diperlukan oleh setiap perusahaan yang ingin maju di zaman modern. Selain dibutuhkan bagi perusahaan, media sosial juga merupakan senjata baru bagi para PR dalam melakukan komunikasi dua arah kepada publik mengenai informasi dari perusahaan secara mudah dan juga lebih praktis terlebih dengan didukung teknologi masa kini yang semakin canggih dan juga berkat *Web 2.0*.

Selain itu perusahaan juga bisa memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk membangun hubungan yang baik dengan *public* dan juga *customer*, dengan adanya *customer relationship management* yang baik dari suatu perusahaan akan meningkatkan tingkat loyalitas dan kesetiaan para konsumen terhadap suatu *brand*. Salah satu industri yang memanfaatkan media sosial dalam menjaring khayalak adalah industri hiburan khususnya pertelevisian di Indonesia. Ketatnya persaingan yang terjadi antar stasiun televisi menjadi salah satu penyebab utama pemanfaatan sosial media oleh stasiun televisi. Terdapat lebih dari 10 stasiun televisi nasional yang mengudara pada saat ini yaitu SCTV, Indosiar, TVRI, RCTI, NET TV, MNC TV, Kompas TV, Trans7, TransTV, R-TV, INews TV, Metro TV, Global TV, TV One, dan ANTV. Kebanyakan stasiun televisi tersebut adalah milik swasta dan hanya satu stasiun televisi yang sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah yaitu TVRI. Seluruh stasiun televisi tersebut berlomba-lomba untuk

menjadi yang terbaik lewat program adalah mereka masing-masing. Tak jarang pula banyak program-program yang ditayangkan terlihat nampak serupa walaupun tak sama. Seperti halnya SCTV dan juga RCTI yang sama-sama menayangkan acara berjenis sinetron pada jam primetime yakni pada pukul 19.00 hingga pukul 22.00

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan sosial media dengan baik adalah PT Surya Citra Televisi atau lebih dikenal sebagai SCTV dan juga PT Indosiar Visual Mandiri yang juga lebih dikenal dengan Indosiar. Keduanya merupakan stasiun televisi yang tergabung didalam grup PT Surya Citra Media, Tbk. Baik SCTV maupun Indosiar kerap kali mempromosikan acara-acara andalan mereka melalui sosial media milik perusahaan tersebut. Tak jarang pula interaksi dengan para *audience* dilakukan agar tercipta hubungan yang erat diantara kedua belah pihak. Bentuk-bentuk komunikasi dua arah yang biasanya dilakukan diantaranya adalah *live tweet* dan juga tanya jawab dengan para *audience*. Hal tersebut membuat para audience SCTV dan Indosiar menjadi lebih loyal dan setia menonton progam-program dari SCTV dan Indosiar. Selain itu kedua televisi tersebut seringkali mengadakan kuis berhadiah dari akun Twitter mereka masing-masing untuk meningkatkan loyalitas para penonton setia SCTV dan Indosiar.

PT Surya Citra Media, Tbk sendiri merupakan salah satu grup media asal Indonesia yang mulai berdiri sejak tahun 29 Januari 1999, sebagai salah satu perusahaan induk yang bergerak di bidang media PT Surya Citra Media, Tbk memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak di tiap-tiap bidang media seperti elektronik dan online, seperti SCTV, Indosiar, bintang.com, liputan6.com, dan juga beberapa stasiun televisi berjangkauan lokal. Selain perusahaan yang bergerak di bidang media, PT Surya Citra Media juga memiliki beberapa rumah produksi untuk keperluan film dan juga rumah produksi animasi.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Ikom dan juga merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus diselesaikan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu kerja magang juga memiliki tujuan lain yaitu:

1. Mengetahui dan mempelajari alur kerja divisi Digital dari PT Surya Citra Media, Tbk .
2. Mengetahui dan mempelajari fungsi *Social Media Officer* dalam mengelola akun twitter @SCTV_ ,@IndosiarID, @SCTVSports, dan juga @IndosiarSports.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan pada PT Surya Citra Televisi selama kurang lebih tiga bulan yang dilaksanakan dari 23 Agustus 2016 – 22 November 2016. PT Surya Citra Televisi sendiri berlokasi di Senayan City – SCTV Tower Jalan Asia-Afrika Lot 19, Jakarta Selatan. Waktu kerja magang dilakukan setiap hari Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat dari pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Khusus hari Rabu penulis tidak dapat melakukan kerja magang karena terbentur dengan jadwal kuliah

Prosedur kerja magang dimulai pada saat seminar pembekalan kerja magang yang diikuti oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan menempuh semester tujuh. Selanjutnya, penulis membuat formulir pengajuan kerja magang atau KM-01 sebagai acuan dalam membuat Surat Pengantar Kerja Magang kepada perusahaan yang dituju, setelah itu formulir pengajuan kerja magang yang telah ditandatangani oleh kepala program studi dan diserahkan kepada bagian administrasi agar dibuatkan Surat Pengantar Kerja Magang atau KM-02. Selanjutnya penulis mengirimkan CV dan Surat Pengantar Kerja Magang ke bagian Personalia PT Surya Citra Televisi untuk melamar sebagai karyawan magang. Pada tanggal 22 Agustus penulis

melakukan wawancara dengan bagian personalia PT Surya Citra Televisi. Di hari yang sama penulis dinyatakan diterima untuk melakukan kerja magang di perusahaan tersebut dan akan ditempatkan di divisi *Digital Communication* PT Surya Citra Media sebagai *Social Media Officer Internship*. Penulis juga diberikan surat keterangan bahwa telah diterima oleh perusahaan tersebut yang kemudian diajukan kepada Badan Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan (BAAK) untuk ditukarkan dengan KM-03 sampai KM-07.

Setiap harinya penulis melakukan tugas-tugas dan juga *job desk* yang telah diberikan oleh Regita Kemala selaku *Social Media Strategist* dan juga pembimbing lapangan. Setiap harinya penulis juga mengisi daftar hadir atau KM-04 dan juga laporan realisasi kerja magang atau KM-05. Selain itu penulis juga dipercaya untuk ikut serta dalam tiga event besar yang diadakan oleh SCTV yaitu Malam Puncak HUT 26 Tahun SCTV , Indonesia *Social Media Awards* 2016, dan *Grand Final Stand Up Comedy Academy Season 2*. Setelah kurang lebih melaksanakan kerja magang selama tiga bulan, penulis akhirnya berkonsultasi dengan dosen pembimbing untuk menyelesaikan laporan kerja magang.



BAB 2